

ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ; КРЕАТИВНОСТЬ И КОММУНИКАТИВНЫЕ ТАКТИКИ

А.А. Харьковская, М.В. Черкунова

ДИСКУРСИВНАЯ ПАРАДИГМА СОВРЕМЕННЫХ УЧЕБНЫХ ПОСОБИЙ ПО АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ (на материале англоязычных аннотаций учебной и научной литературы)

Самарский государственный университет

Проблема научного осмысления современного социокультурного пространства в условиях глобализации производственных и научных, социальных и культурных проектов международного масштаба предполагает владение хотя бы одним языком-посредником, который мог бы обеспечить единство и взаимодействие всех составляющих коммуникативного пространства и адекватное понимание задач, которые стоят перед участниками и исполнителями этих проектов. По общему признанию, эту функцию языка-посредника в условиях международного общения выполняет английский язык, поэтому на рубеже веков особое значение приобретают пути и способы организации учебного дискурса, в рамках которого осуществляется обучение английскому языку как иностранному.

В связи с этим представляется необходимым рассмотреть параметры англоязычного учебного дискурса с учетом его разнообразных характеристик и свойств. В этом отношении могут быть полезны результаты исследований, выполненных по тематике дискурсивного анализа в рамках кандидатских диссертаций, подготовленных при кафедре английской филологии СамГУ.

Развитие новых информационных технологий на рубеже веков создает объективные условия для интеграции представителей научной мысли в международное академическое пространство, способствуя распространению их идей среди зарубежных коллег, обеспечивая доступ к обширной научной литературе, изданной на английском языке, который справедливо признается средством международного общения в эпоху глобализации.

В связи с этим, особую актуальность приобретают как прикладные аспекты изучения английского языка в специальных целях, так и теоретические проблемы научного осмысления путей и способов работы со специальной литературой, обеспечивающей эффективную подготовку по английскому языку. Выбор оптимального варианта учебного пособия, предназначенного для овладения английским языком в профессиональных целях, предполагает разработку специального механизма, с помощью которого возможно получить адекватное представление и содержание того или иного учебного пособия или научного источника. В этом отношении руководством к действию традиционно служит текст аннотации, позволяющей учитывать возрастные и социально значимые параметры потребителей учебной или научной информации и раскрывающий дидактический потенциал пособия или научного издания.

Удовлетворяя потребности российских профессионалов в аутентичной учебной и научной литературе на рубеже веков, зарубежные издательства наполнили книжный рынок нашей страны огромным количеством специальных изданий, представленных, главным образом, посредством кратких рекламных аннотаций, которые размещаются в специализированных рекламных каталогах. Поскольку аннотации англоязычной учебной и научной литературы представляют собой особые синкретичные тексты, они требуют серьезного лингвистического осмысления. Правомерность выбора этих текстов в качестве объекта исследования подтверждается также их соотношением с рекламным пространством, которое в начале XXI в. отличается динамичными параметрами и многообразием дискурсивных маркеров. Признавая справедливость тезиса о рекламном характере англоязычных аннотаций, следует подчеркнуть, что они предназначены не для массового потребителя, а ориентированы на достаточно узкий круг специалистов, ученых – профессионалов в конкретной отрасли научного знания или образовательного вектора, а доказательства преимуществ того или иного издания для этой аудитории должны опираться на убедительную прагматическую схему, опирающуюся на достоверные факты, и логически обоснованные доказательства. Отсюда следует, что рекламные аннотации учебной и научной литературы реализуют черты академического дискурса, к которым традиционно относятся: а) логичное и максимально объективное изложение материала; б) полноту и стереотипность синтаксической аранжировки; в) наличие книжной лексики и обилие терминов; г) отсутствие образной экспрессивности [1: 336]. Сочетание черт рекламного и академического дискурсов в рамках малоформатных текстов англоязычных аннотаций представляет несомненный интерес для исследования их структурной организации, вербального содержания и прагматического потенциала.

Малоформатные тексты, к которым относятся аннотации учебной и научной литературы, представляют собой наиболее подходящий объект

для научного осмысления в связи с тем, что они сочетают в себе практически все конститутивные текстовые признаки и обладают сравнительно небольшими объемами. По итогам наших наблюдений, англоязычные аннотации, которые относятся к малоформатным текстам, отличаются формальной и семантической самодостаточностью, тематической определенностью и завершенностью, что позволяет проследить специфику их составляющих и выявить коммуникативные стратегии, задействованные в реализации общего замысла создателя данного малоформатного текста. Следующий параметр, который необходимо учитывать в работе с аннотированными материалами, – их вторичный характер, что предполагает возможность применения методологического аппарата, оперирующего такими понятиями как “фоновые знания” и “вертикальный контекст”, которые получили современную трактовку в работах ученых школы О.С. Ахмановой [2; 5; 6; 3 и др.]. Несмотря на то, что в большинстве работ названных выше авторов анализируются художественные произведения, представляется вполне возможным рассматривать “вертикальный контекст”, включающий все многообразие связей с первичным текстом, как общий конституирующий признак всех типов вторичных текстов, с которыми и соотносятся англоязычные аннотации учебной и научной литературы. Относительно рекламных аннотаций следует заметить, что типологически релевантными характеристиками для них являются категории информативности, регулятивности, прескрипции, когезии и дискретности. Важно подчеркнуть, что если категория информативности соотносится с онтологией и эволюцией их содержательного параметра, а категория прескрипции – с прагматическим аспектом, то категории когезии и дискретности участвуют в онто- и филогенетическом формировании таких ключевых параметров рассматриваемых текстов как жесткоструктурность и малоформатность, обеспечивая в то же время их смысловую достаточность [4: 336]. Если принять в качестве исходной посылки, что целый текст – это коммуникативная система, то текстовые категории могут рассматриваться как коммуникативные линии этой системы, материализованные языковыми средствами [7: 13-14]. В семиотическом плане коммуникативная парадигма аннотаций учебных и научных англоязычных изданий отличается смешанным или поликодовым характером, что находит объективное отражение как в использовании элементов различных семиотических систем – вербальной и невербальной.

Аннотации, созданные на базе произведений учебной литературы на английском языке, прагматически ориентированы на потребителя с широким диапазоном возрастных и социальных характеристик, в то время как аннотации к англоязычным научным изданиям рассчитаны на более однородную по своему составу аудиторию со сходным образовательно-профессиональным статусом.

Анализ аспектов макроструктурной организации аннотаций учебной и научной литературы показал, что набор композиционно-структурных эле-

ментов, образующих инвариантную модель аннотаций обеих групп, не имеет отличий. Он включает четыре обязательных компонента – заголовков, подзаголовков, основную часть и информационный блок. За вышеназванными структурными компонентами в англоязычных аннотациях учебной и научной литературы достаточно строго закреплена смысловая нагрузка: причинно-следственный характер их развертывания реализует информативную составляющую функциональной парадигмы вторичных текстов, представленных рассматриваемыми аннотациями. Однако в плане композиционного решения основной части данные группы вторичных текстов аннотаций имеют существенные различия.

Композиционное решение основной части текстов аннотаций учебной литературы представлено несколькими вариантами. Выбор того или иного варианта структурирования основной части текста аннотации обусловлен спецификой аннотируемой продукции и образовательно-профессиональным статусом адресата. Так, основная часть текстов аннотаций к методическим изданиям, которые рассчитаны на наиболее однородную в профессиональном отношении группу специалистов в области преподавания английского языка, состоит из одного краткого абзаца, включающего от 2 до 7 предложений. Чем менее профессионально направленной и более разнородной становится аудитория, на которую рассчитан вторичный текст, – как в случае аннотаций к учебным пособиям и словарным изданиям, – тем объемнее и детальнее становится основная часть рассматриваемых текстов. Таким образом, можно говорить о дифференцированном подходе в реализации информативной функции англоязычных аннотаций учебной литературы в зависимости от образовательного и профессионального статуса адресата.

В отличие от аннотаций учебной литературы, англоязычные аннотации научных изданий отличаются единообразием в плане композиционного решения основной части вне зависимости от тематической принадлежности текста-первоисточника. Основная часть вторичных текстов этого типа представляет собой 3-4-компонентное образование. В первом абзаце содержится собственно информация об издании, которая дополняется одним или несколькими из следующих компонентов: 1) информацией о круге проблемных областей (subject areas/field of interest); 2) точным описанием предполагаемой аудитории (readership/market/target group); 3) списком соавторов (contributors); 4) перечнем глав и параграфов книги (contents). За счет жесткой унификации структуры вторичного текста и закрепления конкретной смысловой нагрузки за каждым композиционно-структурным элементом достигается максимальная информативность англоязычной аннотации научной литературы.

Набор факультативных композиционно-структурных элементов также различается в текстах аннотаций учебной и научной литературы. В первой группе аннотаций выделено два факультативных элемента – иллюстративный и цитатный блоки. Иллюстративный компонент оформляет от 55%

текстов в подгруппе аннотаций к методическим изданиям до 99% аннотаций произведений художественной литературы, изданной в учебных целях. Иллюстрации в группе аннотаций учебной литературы представлены не только красочными фотографиями обложек аннотируемых изданий, но и репродукциями нескольких страниц из учебных пособий, которые, в свою очередь, могут быть снабжены вербальными комментариями. Высокая частотность, креативный характер оформления данного структурного элемента, перенос некоторой части концептуальной информации в рамки иллюстративного блока позволяют сделать вывод о том, что рекламной функции, реализуемой невербальными средствами, отводится значительное место в функциональной парадигме вторичных текстов аннотаций учебной литературы.

Цитатный блок сопровождает 9% текстов аннотаций данной группы. Явное преобладание оценочных и побудительно-аргументативных типов цитат над фактуализирующими подтверждает тезис о том, что механизм использования чужого слова в целях обоснования некоторой поведенческой нормы или пробуждения нужной поведенческой реакции способствует реализации воздействующего потенциала анализируемых текстов.

Набор факультативных композиционно-структурных элементов в группе вторичных текстов аннотаций, созданных на основе англоязычных произведений научной литературы, включает, наряду с упомянутыми ранее иллюстративным и цитатным блоками, биографическую справку об авторе аннотируемого издания. Следует заметить, что каждый из указанных элементов в этом случае имеет свою специфику. Так, иллюстративный компонент входит в состав 38% аннотаций, что значительно меньше, чем в предыдущей группе, и отличается “сдержанным” характером – в большинстве случаев иллюстрации выполнены в черно-белом формате и представляют собой фотографии обложек аннотируемых изданий. Данное обстоятельство свидетельствует о второстепенном значении рекламной функции по отношению к функции информирования в функциональной парадигме данных вторичных текстов. Цитаты сопровождают 12% текстов аннотаций научной литературы, что на 3% больше, чем в предыдущей группе. Заимствуя механизмы привлечения чужого слова в целях дополнения референтного пространства принимающего текста из научного дискурса, цитатные включения во вторичных текстах аннотаций научной литературы выполняют, главным образом, функцию воздействия за счет коннотативной информации об аннотируемой продукции. Выделенные в данной группе прагматические типы цитат не отличаются от типов предыдущей группы аннотаций. Общим с предыдущей группой является преобладание явно воздействующих типов (94%) цитат над чисто информативными (6%). Однако следует отметить тот факт, что в рамках цитатных включений в данной группе аннотаций зачастую содержится информация об авторе аннотируемого издания, то есть регуляция действий адресата осуществляется

посредством апелляции к личностным и профессиональным качествам автора научного труда.

Третьим факультативным элементом макроструктуры, специфичным для группы аннотаций, созданных на базе произведений научной литературы, является биографическая справка об авторе книги. Как отдельный структурный компонент данная единица присутствует в 8% аннотаций данной группы. Информация об авторе научной книги, этапах его жизненного пути, профессионального становления и о том месте, которое он занимает в научном мире, способствует насыщению текста аннотации научной литературы информативными смыслами, значимыми для адресата — члена научного сообщества.

В плане языковой организации англоязычные аннотации, созданные на базе произведений учебной и научной литературы, характеризуются особым сочетанием черт академического и рекламного дискурсивных пространств, представленных в различных пропорциях. Так, англоязычные аннотации учебной литературы соотносятся с дискурсивным пространством текстов-первоисточников посредством использования сложных синтаксических конструкций, употребления фразовых определений, а также сокращенных единиц терминологического характера. С другой стороны, вторичные тексты аннотаций учебной литературы характеризуются наличием целого арсенала языковых средств, заимствованных из рекламного дискурса и направленных на привлечение внимания и регуляцию действий адресата. Так, реализация принципа параллелизма, выражающегося в дубликации лексических единиц, конвергенции грамматических конструкций, унификации структуры текста в целом, многократное дублирование названия аннотируемого издания, употребление побудительных предложений, использование стилистических приемов, оформление маркированного списка при помощи номинативных предложений, применение механизма воздействия посредством ключевых слов и т.п. говорят о явной тенденции англоязычных аннотаций учебной литературы к сближению с рекламным дискурсом.

Аннотации научной литературы, напротив, задействуют механизмы насыщения информативного пространства текста через сближение плана вербального выражения вторичного образования с текстом-первоисточником. Сложная синтаксическая структура предложений, активное использование терминологического аппарата, сокращенных единиц, введение в ткань текстов аннотаций целого пласта прецедентных имен, отражающих понятия и явления, типичные для отраслей гуманитарного знания, способствуют ориентации данных текстов на информирование профессиональной, подготовленной аудитории. Посредством употребления личных местоимений *you* и *we*, введения прямых вопросов, обращенных непосредственно к адресату, наделения автора текста активной позицией в рамках вторичных текстов, аннотирующих научную литера-

туру, создается особого рода коммуникативная ситуация, имитирующая реальное общение, “живой” диалог и полемичный характер научного общения.

Большое значение для реализации прагматического потенциала вторичных текстов имеет характер аргументов, отбираемых при аннотировании текстов-первоисточников, и коммуникативные стратегии организации данных аргументов. Анализ коммуникативных стратегий организации значимых в прагматическом плане аргументов показал, что при аннотировании англоязычных учебных изданий применяется более ранжированный подход к отбору и изложению данных аргументов с учетом конкретных учебно-профессиональных потребностей потенциального потребителя аннотируемой печатной продукции. Так, было обнаружено, что ключевыми аргументами в данной группе англоязычных аннотаций являются сведения о содержании аннотируемого издания, его методической направленности и потенциальном получателе учебного пособия. Спектр дополнительных аргументов отражает преимущества аннотируемого издания для учебно-профессиональной деятельности адресата. Наиболее типичными коммуникативными стратегиями организации данных аргументов являются: а) модель последовательного изложения равнозначных аргументов; б) модель перевернутой пирамиды. Существует также целый ряд стратегий, рассчитанных на более узкие целевые группы, ограниченные сходными учебно-профессиональными запросами. Так, коммуникативные стратегии “загадка” и “список”, а также проблемная, статусная, редупликативная, целевая, параграфная модели, позволяют максимально эффективно реализовать комплексную установку малоформатных текстов аннотаций на информирование и воздействие. Предметно-логический характер аргументов, четкость их расположения и дифференцированный подход в выборе коммуникативных стратегий организации содержательного плана текстов аннотаций учебной литературы способствуют насыщению информативного поля вторичного текста и позволяют оптимизировать реализацию воздействующего потенциала малоформатных текстов аннотаций англоязычной учебной литературы с учетом конкретной целевой аудитории.

В основе коммуникативных стратегий организации содержательного плана англоязычных аннотаций научной литературы лежат такие основополагающие аргументы, как структурно-содержательные параметры специализированных книжных изданий. Набор коммуникативных стратегий не отличается большим разнообразием в данной группе аннотаций, что подтверждает тезис об унифицированном характере механизмов аннотирования научной литературы. Наиболее типичными коммуникативными стратегиями организации аргументов являются модель пирамиды, перевернутой пирамиды и модель последовательного изложения равнозначных аргументов. Специфичными для данной группы аннотаций являются проблемная и сравнительная стратегии. Таким образом, в каждой из данных

коммуникативных стратегий вводится дополнительный аргумент, а именно, – информация о практической ценности и научной новизне издания.

Библиографический список

1. Арнольд, И.В. Стилистика английского языка / И.В. Арнольд. – М.: Флинта, 2002. – 350 с.
2. Ахманова, О.С. “Вертикальный контекст” как филологическая проблема / О.С. Ахманова, И.В. Гюббенет // Вопросы языкознания. – №3. – 1977.
3. Вербицкая, М.В. Теория вторичных текстов / М.В. Вербицкая. – М.: изд-во МГУ, 2000. – 219 с.
4. Гурочкина, А.Г. Становление и развитие английских малоформатных текстов нехудожественной коммуникации / А.Г. Гурочкина, И.Б. Руберт // Язык: теория, история, типология / под ред. Н.С. Бабенко. – М.: Эдиториал УРСС, 2000. – С. 335-344.
5. Гюббенет, И.В. К проблеме понимания литературно-художественного текста (на английском материале) / И.В. Гюббенет. – М., 1981.
6. Задорнова, В.Я. Восприятие и интерпретация художественного текста / В.Я. Задорнова. – М., 1984.
7. Матвеева, Т.В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий: Синхронно-сопоставительный очерк / Т.В. Матвеева. – Свердловск: изд-во Урал. ун-та, 1990. – 172 с.

Е.Г. Кашина

ТВОРЧЕСКАЯ ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ УЧИТЕЛЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Самарский государственный университет

Творческая личность педагога включает широкий спектр качеств, сформировать которые возможно при помощи театральной педагогики, включенной в широкий контекст языковой, психолого-педагогической и методической подготовки.

Учитель как член профессионального социума индивидуален всегда. Неповторимость и “запрограммированность” личности на разыгрывание усвоенных в ходе социализации ролевых программ и сценариев жизни предполагает творческую реализацию в оформлении этих ролевых предписаний и проигрывании индивидуальных сценариев.

Творческая личность многогранна и отражает существующее многообразие проявлений человека в жизненном пространстве, обладает высоким уровнем направленности на творчество, развитыми творческими способностями, стремлением к максимальной персонализации в социальных ситуациях развития.